



A RACIONALIDADE DO CINEMA NO FORTALECIMENTO DA HEGEMONIA CULTURAL¹

Peter Wilhelms²

Andréa Ferraz Fernandez³

Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT)

69

Resumo: Este trabalho é parte de pesquisa no inter cruzamento temático economia e cinema. Esclarece pontos relacionados à essa estrutura no Brasil, clarificando a predominância de exibições com elevados investimentos financeiros. Se justifica devido à importância da atividade nas dinâmicas culturais, provendo o subsídio dos debates. Apresenta uma análise quantitativa que indica a prevalência de forças na criação de barreiras a outros produtores, inviabilizando as diversidades culturais no cinema.

Palavras-chave: Cinema. Poder. Cultura. Mercado. Oligopólio.

Resumo expandido

A pesquisa tem como tema o estudo das origens da dominação de obras produzidas pela indústria oligopolizada no consumo do cinema brasileiro, tendo como objeto o mercado do cinema nacional. O objetivo geral é o de analisar a influência de uma economia dominante na atividade de produção de cinema, sendo os específicos: demonstrar a estrutura econômica do cinema e a dominação da indústria oligopolizada no Brasil; pesquisar o cinema regional; analisar as ações do mercado e ações políticas; e defender o cinema como manutenção de identidade coletiva ao invés de difusão de cultura de massa.

A pesquisa se realiza na coleta de dados secundários extraídos predominantemente da página do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, pois é uma fonte ampla da atividade de cinema disponível, além de haver um hiato de outras fontes confiáveis de dados desse setor. Desta forma, analisa dados quantitativos para subsidiar um parecer descritivo.

¹ Trabalho apresentado durante a 11ª SAU UEG e 1º Encontro das Escolas de Cinema do Brasil Central.

² Mestre em Economia e Doutorando em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO/UFMT) Docente da Área de Conhecimento de Ciências Sociais Aplicadas do UNIVAG. E-mail: pwilhelms@hotmail.com

³ Pós-doutora em Comunicação Audiovisual (UMA - Universidade de Málaga/Espanha). Doutora em Ergonomia da Informação (UPC - Universitat Politècnica de Catalunya/Espanha). Docente do PPGCOM/UFMT e ECCO/UFMT - Universidade Federal de Mato Grosso. Coordenadora e docente dos cursos de graduação em Cinema e Audiovisual e Radialismo/UFMT. E-mail: andrea.fernandez@ufmt.br

Sendo os dados tratados e analisados com base em informações e teorias de fontes secundárias, incluindo livros, artigos, revistas e sites de relevância científica, a pesquisa se propõe a descrever as relações de poder nessa atividade econômica. A exibição de filmes nas salas comerciais é dominada por produções de empresas racionais oligopolizadas, com foco na rentabilidade econômica, tendo como consequências desses atos, a tomada de espaços para produções artísticas e culturais, pois a estrutura cara e eficiente é destinada exclusivamente a propiciar resultados rápidos de arrecadação.

Na visão decolonial, a busca por lucratividade pelos sistemas produtivos, e a má distribuição não levada em conta, é uma forma de se justificar a real situação e consequências do modelo econômico desenvolvido, seguindo o raciocínio eurocêntrico segundo Quijano (2002). Utilizando-se da força de comunicação da atividade, entretanto, o próprio setor de cinema pode ser usado como uma contestação quando diferentes classes ou grupos sociais buscam a divulgação de seus símbolos e valores. Examinar cientificamente as causas dessa dominação econômica com influências culturais é importante para a discussão de novas formas de produzir e exibir filmes. Por ser uma pesquisa focada em influências de atividades econômicas nas culturas irá dispor de teóricos dedicados a esse estudo, além de um olhar decolonial.

O primeiro desafio, segundo Eagleton (2003) é conceituar o campo de estudo da cultura, podendo ser restrito ou amplo em demasia. Nessa pesquisa, ela está agregada a identidades coletivas e aos hábitos de consumo. Na dinâmica social proferida pelo capitalismo a oferta de produções em série provoca uma tendência de os símbolos serem buscados no consumo. Canclini (2001) demonstra que na estratégia dos processos produtivos, com uso de massificação na comunicação da oferta faz com que a demanda tenda a rejeitar as produções culturais, preferindo a busca de satisfação imediata e padronizada.

Adorno e Horkheimer (1985) explanam que conforme as economias mergulham em sistemas capitalistas, desenvolvem um processo que conduz as características culturais a uma padronização de produtos descartáveis. Sob o poder do aparecimento de grupos oligopólios, a produção cultural vira um negócio rentável. O que a pesquisa está

sinalizando é que - na atividade de cinema no Brasil, no período correspondente a 2009 a 2019 - é possível constatar uma tendência clara de concentração econômica em todas as suas etapas de produção, demonstrando uma postura assumida na direção de se criar obstruções aos concorrentes.

O ciclo se inicia na produção de um filme com orçamento suficiente para atender a um custo elevado de produção, sendo passado a uma distribuidora com capacidade de aloca-lo em várias salas de exibição, gerando grandes bilheterias que irão viabilizar a produção de um novo filme de orçamento elevado. Desta forma, a atividade fica restrita a somente algumas empresas que se fixam em uma estrutura oligopolizada. A solução não vira do mercado, mas, passará por ele. Não é possível prognosticar uma atividade econômica totalmente dependente de políticas públicas. Porém, é necessária à sua atuação, não de forma exclusiva em auxílio na viabilidade financeira, pois não será suficientemente alta para romper as barreiras de proteção, mas sim, de viabilidade de exibição com um público não concorrente ao cinema comercial.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Teodor W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. Lisboa: Temas e Debates, 2003.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade, poder, globalização e democracia. **Revista Novos Rumos**, (37). <https://doi.org/10.36311/0102-5864.17.v0n37.2192>, 2002.